

朝陽科技大學  
101學年度第1學期教學大綱

當期課號	3177	中文科名	行銷研究
授課教師	莊文隆	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業必修	開課班級	四年制2年級 B班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力。	✓				
流通連鎖專業實戰能力。			✓		
職場所需資訊能力。		✓			
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力。	✓				
問題解決、終身學習與創新能力。	✓				
職場所需語文能力。	✓				

**本課程培養學生下列知識：**

本課程的教學目標主要訓練學生應用行銷研究的技術降低決策風險。行銷研究可廣泛地應用於行銷組合中，在形成行銷決策的過程中扮演著重要核心的角色。行銷研究應用初級與次級資料於許多個案中，並幫助企業與行銷研究中心在進行特定市場研究。

- 1.依需求與研究目的設計量化或質化的行銷研究活動
- 2.進行各類行銷研究作業
- 3.進行行銷相關研究的品質與資訊安全管理
- 4.進行行銷研究結果分析及建議
- 5.溝通表達
- 6.人際互動
- 7.團隊合作
- 8.問題解決

The purpose of this course is to train students how to reduce the risk of decision-making by using marketing research methods. Marketing research can be applied in all aspects of marketing mix and it also plays an important crucial role in the process of developing marketing strategy. Marketing research uses primary and secondary data in many case studies and help to do specific researches for companies and marketing research centre.

**每週授課主題**

- 第01週：行銷研究概論
- 第02週：行銷研究規劃程序
- 第03週：行銷次級資料的蒐集
- 第04週：行銷的環境與市場分析
- 第05週：行銷的質性研究
- 第06週：實務研究：新產品概念的發展
- 第07週：行銷研究的調查方法
- 第08週：行銷研究的抽樣方法
- 第09週：期中考
- 第10週：實務研究：消費者習性與行為的研究
- 第11週：行銷研究的實驗設計方法
- 第12週：實務研究：實驗設計方法之實務應用
- 第13週：行銷研究的問卷設計
- 第14週：資料的編碼與分析
- 第15週：實務研究：新產品銷售預測
- 第16週：實務研究：品牌與產品行銷績效追蹤研究
- 第17週：行銷研究報告之撰寫與口頭報告
- 第18週：期末考

**成績及評量方式**

**證照、國家考試及競賽關係**

- 校外競賽

## 主要教材

2.行銷研究—實務與理論應用(三版)，邱志聖著，智勝文化。(教科書)

## 參考資料

本課程無參考資料!

## 建議先修課程

本課程無建議先修課程

## 教師資料

教師網頁：無

E-Mail：abow38@yahoo.com.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。